

## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa:

1. *Perceived health benefit* berpengaruh positif terhadap *purchase decision*. Hal ini mengidentifikasi bahwa konsumen cenderung lebih condong memilih produk yang dianggap memberikan manfaat positif terhadap kesehatan mereka.
2. *Perceived health benefit* berpengaruh positif terhadap *consumer trust*. Hal ini menegaskan bahwa konsumen cenderung mempercayai produk yang dianggap memberikan manfaat positif terhadap kesehatan mereka. Hasil analisis menyiratkan bahwa kesehatan menjadi faktor kunci dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap suatu merek atau produk.
3. *Revealed Information* berpengaruh positif terhadap *consumer trust*. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya pengungkapan informasi yang jelas, akurat, dan relevan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk. Hal ini mengidentifikasi bahwa konsumen cenderung lebih percaya pada merek atau perusahaan yang secara transparan

menyediakan informasi yang memungkinkan mereka membuat keputusan pembelian yang terinformasi.

4. *Consumer trust* berpengaruh positif terhadap *purchase decision*.

Hal ini mengidentifikasi bahwa konsumen cenderung lebih condong untuk membeli produk dari perusahaan yang berhasil membangun dan memelihara tingkat kepercayaan yang tinggi.

5. *Consumer trust* berpengaruh positif dalam memediasi hubungan *perceived health benefit* terhadap *purchase decision*.

Konsumen akan merasa percaya apabila produk tersebut memberikan manfaat yang dibutuhkan oleh tubuh dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk tepung mocaf.

6. *Consumer trust* berpengaruh positif dalam memediasi hubungan *revealed information* terhadap *purchase decision*.

Konsumen akan merasa percaya apabila perusahaan secara transparan menyediakan informasi seperti tanggal kode produksi, tanggal kadaluwarsa, asal usul baha, dan nomor izin edar dari pemerintah dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk tepung mocaf.

## B. Implikasi

### a. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi para pelaku usah tepung mocaf dalam mengembangkan strategi pemasaran. Pengaruh *perceived health benefit* dan *revealed information* dari produk tepung mocaf dapat meningkatkan kepercayaan konsumen yang hendak membeli produk tepung mocaf. Kepercayaan konsumen yang kemudian akan menentukan konsumen terhadap keputusan pembelian sebelum membeli produk tepung mocaf, berikut adalah beberapa saran yang bisa dilakukan oleh produsen:

1. Produsen tepung mocaf diharapkan harus memperhatikan komposisi yang terkandung dalam pembuatan tepung mocaf, sehingga nutrisi yang didapatkan oleh tubuh dapat terserap secara maksimal.
2. Produsen tepung mocaf diharapkan menampilkan kemasan produk tepung mocaf sehingga konsumen merasa aman ketika mereka hendak membelinya.
3. Produsen tepung mocaf diharapkan untuk memperhatikan kualitas mulai dari bahan bahan dan juga produksi agar tepung mocaf tetap higienis dan aman dikonsumsi sehingga dapat memberikan manfaat bagi tubuh.
4. Produsen tepung mocaf diharapkan untuk memperhatikan semua aspek dalam pembuatan tepung mocaf, sehingga

semua nutrisi yang dibutuhkan oleh tubuh dapat terserap secara maksimal.

#### b. Implikasi Teoritis

Temuan penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Selain itu diharapkan juga penelitian ini akan memperluas pemahaman dan pengetahuan mengenai *perceived health benefit* dan *revealed information* dapat mempengaruhi minat kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian konsumen.

### C. Keterbatasan dan Saran Penelitian

#### a. Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan, sehingga penting sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Keterbatasan tersebut antara lain penyebaran kuesioner pada penelitian ini telah dilakukan dengan skala Indonesia yang hanya disebarluaskan melalui sosial media dan bertanya ke beberapa konsumen tepung mocaf di Desa Gumiwang tetapi masih mendapatkan jawaban responden yang dominan berasal dari Jawa Tengah dan berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa, sehingga variasi jawaban yang didapatkan terbilang kurang. Peneliti menyadari akan keterbatasan penelitian ini karena ruang lingkup dalam penyebaran kuesioner masih sangat terbatas, sehingga sampel yang diambil kurang dapat mewakili populasi penelitian dan keberagaman responden.

b. Saran

Adapun saran – saran bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Dalam penyebaran kuesioner bisa dilakukan dengan cara *hybrid*. Penyebaran ini dapat dilakukan dengan cara melalui *google form* atau *online* dan juga dengan teknik wawancara, sehingga hasil jawaban yang didapatkan dapat lebih maksimal dan juga lebih bervariasi.
2. Terkait penyebaran kusioner juga tidak hanya berfokus terhadap anak muda atau mahasiswa saja tetapi menyasar kesemua golongan, sehingga jawaban yang didapat lebih bervariasi lagi.
3. Pada bagian kuesioner bisa untuk ditambahkan pertanyaan terbuka. Hal ini berguna untuk mengetahui jawaban konsumen agar peneliti dapat mengetahui alasan spesifik mengapa responden memilih jawaban yang tersebut.